

عنوان مقاله:

داده کاوی در ارتباط با مشتری

محل انتشار:

کنفرانس ملی علوم مهندسی، ایده های نو (۸) (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

خدیجه بابادی - اهواز، خوزستان، ایران موسسه جهاد دانشگاهی اهواز

محمد خدامرادی - اهواز، خوزستان، ایران، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اهواز

خلاصه مقاله:

امروزه با گسترش سیستم های پایگاهی و حجم بالای داده های ذخیره شده در این سیستم ها، نیاز به ابزاری است تا بتوان داده هایی ذخیره شده را پردازش کرد و اطلاعات حاصل از این پردازش را در اختیار کاربران قرار دهد. با استفاده از پرسش های ساده در SQL و روش های استنتاج آماری، می توان اطلاعاتی را در اختیار کاربران قرار داد تا بتوانند به نتیجه گیری در مورد داده ها و روابط منطقی بین آنها یک تصمیم درست در زمینه فعالیت خود بگیرد اما وقتی که حجم داده ها بالا باشد، کاربران هر چند حرفه ای و با تجربه نمیتوانند الگوهای مفید را در میان حجم انبوه داده ها تشخیص دهند در این مقاله سعی داریم با استفاده از تکنیک خوشه بندی، الگوریتم C-Means فازی و الگوریتم APRORI در داده کاوی به مدیریت صحیح روابط مشتری و رفتارهای مشتری را با کمترین هزینه و بالاترین بازدهی بررسی کنیم .

کلمات کلیدی:

استنتاج آماری، الگوریتم، خوشه بندی، فروشگاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/308278>

